

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

МАМАЛИГА ОЛЕНА ОЛЕКСІЇВНА

УДК 339.94:341.7](043.3)

**ВПЛИВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ НА ДІЯЛЬНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ
МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ**

Спеціальність 08.00.02 – світове господарство і міжнародні
економічні відносини

АВТОРЕФЕРАТ
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

КИЇВ – 2017

Дисертація на правах рукопису.

Робота виконана на кафедрі міжнародної економіки та маркетингу економічного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка Міністерства освіти і науки України, м. Київ.

Науковий керівник доктор економічних наук, професор
Каніщенко Олена Леонідівна,
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка,
професор кафедри міжнародної
економіки та маркетингу

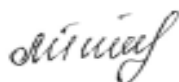
Офіційні опоненти: доктор економічних наук, доцент
Грущинська Наталія Миколаївна,
Дипломатична академія України при Міністерстві
закордонних справ,
завідувач кафедри міжнародної економіки та економічної
дипломатії

кандидат економічних наук, доцент
Бохан Аліна Василівна,
Київський національний торговельно-економічний
університет,
докторант кафедри міжнародних економічних відносин

Захист відбудеться 27 березня 2017 р. о 14⁰⁰ год. на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.001.02 в Інституті міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка за адресою: 04119, м. Київ, вул. Мельникова, 36/1, зал засідань вченої ради.

З дисертацією можна ознайомитися в Науковій бібліотеці ім. М. Максимовича Київського національного університету імені Тараса Шевченка за адресою: 01601, м. Київ, вул. Володимирська, 58, к.12.

Автореферат розісланий «27» лютого 2017 р.



Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради

Л.С. Поліщук

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження. У світовому вимірі економічна дипломатія має надзвичайно важливий вплив на динаміку двосторонніх і багатосторонніх зовнішньоекономічних зв'язків, а на державному рівні – сприяє оптимізації зовнішньоекономічної діяльності конкретних суб'єктів на ринку. Інструменти економічної дипломатії при будь-якому стані поточної кон'юнктури на міжнародних і національних ринках усе більш частіше використовуються як державними, так і недержавними суб'єктами дипломатичних процесів. В умовах інтенсифікації світогосподарських зв'язків економічна дипломатія починає відігравати вирішальну роль у формуванні цивілізованих комунікацій між суб'єктами міжнародного бізнесу та створенні можливостей цивілізованого вирішення протиріч, що можуть виникати під час їхньої взаємодії.

Для успішного ведення міжнародного бізнесу необхідно теоретично обґрунтувати стратегічні й оперативно-тактичні завдання і методи реалізації заходів економічної дипломатії та застосування її інструментарію на практиці. Постає необхідність вивчення сутності та ролі економічної дипломатії в міжнародному бізнесі, її організаційно-інституційних засад та принципів поведінки всіх сторін цього процесу. Володіючи методичними прийомами здійснення економічної дипломатії, кожне підприємство буде мати змогу більш ефективно здійснювати зовнішньоекономічну діяльність та утримувати конкурентні позиції на зовнішніх ринках.

Із визначенням офіційного правового поля економічної дипломатії у вітчизняній економіці всі суб'єкти міжнародного бізнесу матимуть порівняно високі результати ведення зовнішньоекономічної діяльності завдяки державній підтримці та лобіюванню економічних інтересів підприємств за кордоном. Це дозволить підвищити конкурентні позиції українських компаній на міжнародних ринках. До того ж формування ефективної політики щодо економічної дипломатії сприятиме налагодженню міжнародних зв'язків нашої країни та стане важливим кроком на шляху України до ЄС.

Основу дослідження склали праці відомих теоретиків міжнародних економічних відносин В. Вергуна, Р. Заблоцької, О. Каніщенко, Л. Кістерського, З. Луцишин, А. Румянцева, І. Пузанова, В. Мазуренко, А. Старостіної, А. Філіпенка, В. Щетиніна. Безпосередньо проблеми удосконалення інструментарію економічної дипломатії представлені в працях таких зарубіжних учених, як С. Альтман, Г. Бассі, П. Баранай, Г. Беррідге, І. Герчикова, Т. Гріффін, Й. Дер Деріан, Т. Зонової, П. Ді Маджіо, Г. Каррон де ла Каррьер, Г. Кісінджер, Л. Лойд, Й. Марч, П. Мінард, Г. Михалькевич, Й. Олсен, В. Повелл, Й. Шумпетер. Серед вітчизняних дослідників проблемам розвитку засад економічної дипломатії присвячено роботи В. Барановської, С. Гаркавенко, О. Горбачука, Н. Городньої, Н. Грущинської, Д. Дегтерьова, О. Ляшенко, В. Новицького, М. Окландера, Я. Пухальської, К. Фліссака, Е. Фролової, І. Хмарської та ін.

Водночас, малодослідженою на сьогодні залишається теоретичне обґрунтування та розробка дієвого механізму ефективного використання інструментарію економічної дипломатії у міжнародній діяльності компаній.

Потребують подальшого удосконалення методичні засади комплексної оцінки результатів взаємодії суб'єктів міжнародного бізнесу в умовах асиметричного розвитку світової економіки й трансформаційних зрушень у її регулюванні. Важливим завданням також залишається практична імплементація інструментів і механізмів міжнародної економічної дипломатії на макро- та мікро- рівнях в умовах інтенсифікації міжнародної діяльності українських компаній.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційну роботу виконано згідно з планами науково-дослідних робіт Київського національного університету імені Тараса Шевченка за комплексними держбюджетними темами економічного факультету «Модернізація економіки України на засадах сталого соціально-економічного розвитку: закономірності, протиріччя, ризику» №11БФ04-01 (державний реєстраційний номер 111U006456, термін виконання – 2011-2015 рр.) у частині кафедри міжнародної економіки та маркетингу «Формування конкурентних стратегій українських підприємств на міжнародних ринках товарів та послуг». Внесок автора полягає у визначенні економічної дипломатії як чинника посилення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на міжнародних ринках та виокремленні формування оперативного-тактичних заходів комплексу маркетингу в економічній дипломатії підприємств. Автором запропоновано схему взаємодії компаній з державними органами з питань зовнішньоекономічної діяльності, проаналізовано специфіку сучасного розвитку процесів економічної дипломатії, а також визначено фактори та основні внутрішньо-корпоративні чинники розвитку форм і методів економічної дипломатії.

Мета та завдання дослідження. Метою дисертаційної роботи є теоретичне обґрунтування методичних і практичних засад економічної дипломатії в діяльності суб'єктів міжнародного бізнесу.

Відповідно до мети дисертаційної роботи і, виходячи з очевидності специфіки економічної дипломатії в системі міжнародного бізнесу, поставлені наступні *завдання*:

- визначити сутність та роль економічної дипломатії в системі міжнародного підприємництва;
- узагальнити теоретичні підходи до управління процесами економічної дипломатії в діяльності суб'єктів міжнародного бізнесу;
- визначити порядок застосування інструментарію економічної дипломатії;
- виявити сучасні тенденції та ієрархію різнорівневої взаємодії суб'єктів економічної дипломатії;
- виокремити параметри оцінювання ефективності інструментарію економічної дипломатії;
- оцінити ефективність застосування інструментарію економічної дипломатії суб'єктів міжнародного бізнесу;
- запропонувати шляхи раціональної імплементації інструментарію економічної дипломатії в діяльність суб'єктів міжнародного бізнесу;
- розробити пропозиції щодо інтенсифікації позитивних впливів економічної дипломатії в міжнародному підприємстві українських компаній.

Об'єктом дослідження є міжнародна економічна дипломатія у системі сучасних світогосподарських процесів.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних і практичних засад посилення впливу економічної дипломатії на суб'єкти міжнародної підприємницької діяльності.

Методи дослідження. Методологічною основою дисертаційного дослідження є загальнонаукові методи пізнання об'єктивної природи економічних явищ і процесів, які зумовлюють сучасні тенденції розвитку та використання економічної дипломатії в умовах активної участі суб'єктів міжнародного бізнесу у світовому господарстві. Зокрема, методи аналізу і синтезу, наукових узагальнень, єдності історичного і логічного застосовано при дослідженні суті та етапів становлення економічної дипломатії в системі міжнародного бізнесу в процесі глобалізації міжнародного бізнесу (пп. 1.1, 1.2, 2.1); методи системного підходу та системного аналізу – в процесі теоретичного дослідження поняття економічної дипломатії, її функцій та принципів, у вивченні концептуальних підходів до використання економічної дипломатії українськими підприємствами (пп. 1.1, 1.3, 2.3); економіко-статистичного аналізу – в аналізі тенденцій розвитку економічної дипломатії і змін у системі інтернаціоналізованого міжнародного бізнесу (п. 2.1); статистичний метод дослідження застосовувався при з'ясуванні фінансових показників досліджуваних підприємств (пп. 2.2, 3.1, 3.2), кореляційно-регресивний метод – під час з'ясування чинників впливу фінансових показників на економічну дипломатію (п. 2.3); методи кількісного та якісного аналізу – для оцінки ефективності економічної дипломатії в міжнародному бізнесі (пп. 2.2, 3.2). У дисертаційному дослідженні також застосовано комплекс специфічних методів: методи маркетингових досліджень (анкетування, експертне інтерв'ю) (п. 2.2) та метод порівняльного аналізу інституційних засад функціонування суб'єктів міжнародного бізнесу в процесі обробки вторинної інформації (пп. 1.1, 1.2, 1.3, 2.1, 3.3).

Інформаційною базою дослідження слугували монографії, науково-аналітичні публікації вітчизняних і зарубіжних авторів; нормативно-правові документи України та країн ЄС; офіційні матеріали Державної служби статистики України, Статистичної служби ЄС; інформаційно-аналітичні матеріали міжнародних організацій, у тому числі Economywatch, GTAI та ін.; експертні опитування та офіційні дані українських підприємств.

Наукова новизна одержаних результатів дослідження полягає в удосконаленні теоретичних засад аналізу економічної дипломатії в міжнародному бізнесі та інструментарію економічної дипломатії в зовнішньоекономічній діяльності українських підприємств. Основні результати, отримані в процесі розв'язання поставлених завдань, становлять наукову новизну дослідження та полягають у наступному:

удосконалено:

– визначення сутності поняття «економічна дипломатія», яке трактується як системна діяльність, яку здійснюють суб'єкти міжнародної економічної політики та міжнародного підприємництва на міждержавному (макро) і корпоративному (мікро) рівнях шляхом використання дипломатичних механізмів

та інструментів бізнес-комунікацій для підтримки і просування своїх економічних інтересів в процесі міжнародного економічного співробітництва;

– ієрархію різнорівневої взаємодії суб'єктів економічної дипломатії із виокремленням ключових проявів (глобального, національного, корпоративного, локального), яка, на відміну від існуючих підходів, дає змогу класифікувати і систематизувати прояви економічної дипломатії за рівнями впливу: на світовому рівні (СОТ, МВФ, Світовий Банк), на рівні міжнародних товарних ринків (міністерства, відомства, посольства та представництва, об'єднання підприємців, галузеві міжнародні організації), на корпоративному рівні (ТНК, БНК, холдинги, вертикально-інтегровані структури, промислові асоціації, спілки та союзи підприємців, підприємства), на локальному рівні (посередництво, особисті зв'язки). Це дало можливість виявити складні причинно-наслідкові залежності у механізмах реалізації форм економічної дипломатії на різних рівнях, ефективна розбудова яких сприятиме укріпленню цивілізованих засад міжнародного співробітництва, координації та врегулювання міжнародних конфліктів між учасниками міжнародних економічних відносин;

– порядок поетапного застосування інструментарію економічної дипломатії в діяльності суб'єктів міжнародного бізнесу, що передбачає необхідність регулювання багаторівневої структури форм міжнародної взаємодії у часовому та кількісному вимірі та обґрунтування цивілізованих методів відстоювання та захисту корпоративних, групових та національних інтересів, а також, узгодження функціональних завдань економічної дипломатії: інтеграційного (забезпечення органічного входження і реалізацію взаємозв'язків в міжнародному бізнес просторі), інформаційного (формування формального і неформального інформаційного простору міжнародного партнерства), аналітичного (формалізація оцінки комунікативних складових функціонування бізнесу), стратегічного (формування системи стратегічних завдань економічної дипломатії), конкурентного (створення реальних і уявних конкурентних переваг бізнесу в міжнародному середовищі), оперативного (якісна і кількісна поточна координація дипломатичних заходів на всіх рівнях);

– методичні засади прийняття управлінських рішень в процесі реалізації заходів економічної дипломатії на основі методів мозкового штурму, номінальної групи, Рінги, Делфі, ділових ігор тощо, що дозволило виокремити типи проблем дипломатичної взаємодії (добре структуровані, не структуровані, слабо структуровані) та шляхи їх вирішення в процесі міжнародного економічного співробітництва;

набули подальшого розвитку:

– концептуалізація факторів результативності міжнародної економічної дипломатії, провідною ідеєю якої є системна дипломатична підтримка державою підприємств при виході їх на зарубіжні ринки. Об'єднання дипломатичних зусиль створює синергетичний ефект в міжнародній економічній діяльності: сприяє збільшенню часток ринку зацікавлених суб'єктів міжнародного співробітництва, спрощує їх вихід на зовнішні ринки та утримання позицій на існуючих, посилює потенціал зростання експорту на макро і мікро рівнях, що, у свою чергу, позитивно

впливає на зростання національної економіки і посилення міжнародних позицій держави;

– параметри оцінювання ефективності інструментарію економічної дипломатії українськими підприємствами: проведений кількісний і якісний аналіз стану застосування дипломатичних інструментів у міжнародній діяльності українських компаній виявив, що в процесі інтенсифікації міжнародної діяльності ускладнюються форми дипломатичної взаємодії, посилюються дипломатичні впливи від поверхневих при непряму експорті до багаторівневих дипломатичних контактів при прямих іноземних інвестиціях;

– теоретичні підходи до управління процесами економічної дипломатії в діяльності суб'єктів міжнародного бізнесу, зокрема, виділено критерії класифікації дипломатичних заходів: за інституційною формалізацією – формалізовані та неформальні; за інтенсивністю впливу – командно-адміністративні та корпоративні (ринкові); за якістю впливу – прямого та непрямого впливу; за масштабом застосування – загальносистемні та локальні (спонтанні); за ареалом управління – одноосібні, колегіальні, колективні, комбіновані та регламентні; за сферою імплементації – науково-пізнавальні, планово-програмуючі та організаційно-регулюючі; за мотивацією – заохочення, переконання, примусу; за комплексністю – загальні (нормативно-правові, адміністративні, соціально-психологічні, пропагандистські та економічні) та спеціальні (переговори, інформаційна підтримка, продуктові альянси, експортне посередництво); за функціональним призначенням (планування, організації, стимулювання та контролю);

– шляхи раціональної імплементації інструментарію економічної дипломатії в діяльність українських суб'єктів міжнародного підприємництва в умовах посилення політичних конфронтацій та актуалізації адміністративних обмежень (застосування економічних санкцій) в міжнародній торгівлі, що передбачає удосконалення дипломатичного захисту, розвиток методів здійснення дипломатичних комунікацій (проведення переговорів, двосторонніх, трьохсторонніх та багатосторонніх консультацій, здійснення візитів, проведення робочих зустрічей, участь у міжнародних конференціях, моніторинг зовнішніх ринків), використання дипломатичних прийомів впливу на бізнес-процеси (представницький, аналітичний, організаційний, презентаційний, комунікативний, стимулюючий, превентивний).

Практичне значення одержаних результатів полягає у вдосконаленні методологічних підходів щодо формування державної політики з економічної дипломатії та прикладній спрямованості теоретичних положень, підходів і рекомендацій, що викладені в роботі, використання яких створює додаткові можливості для українських підприємств при виході на зовнішні ринки, підвищенні рівня їхньої конкурентоздатності, спрощення механізму залучення іноземних компаній до участі у спільних підприємствах. Наукові результати проведеного дослідження щодо розробки основних напрямів економічної дипломатії суб'єктів міжнародного бізнесу були використані у діяльності ТОВ «УКРПРОМСВІТЛО» (довідка №08/10/15 від 08.10.2015 р.) – практичні результати дисертаційного дослідження сприяли розвитку експортно-імпоротної діяльності компанії на ринку

Польщі за допомогою розглянутого у дослідженні інструментарію економічної дипломатії макро- та мікро- рівня. Практичні результати дисертаційного дослідження сприяли підписанню довгострокових контрактів з приводу співпраці на європейському ринку. Запропоновані нові форми маркетингових комунікацій у систему міжнародних економічних зв'язків сприяли підвищенню конкурентоспроможності компанії на європейському ринку запасних частин, шляхом застосування інструментарію економічної дипломатії у зовнішньоекономічній діяльності підприємства ТОВ «МЕТРОБУДКОМПЛЕКТ» (довідка № 02/06-15 від 02.06.2015 р.).

Основні положення дисертаційної роботи щодо розробки методологічних підходів впливу економічної дипломатії на діяльність суб'єктів міжнародного бізнесу, а також комплекс рекомендацій зі застосування економічної дипломатії суб'єктами міжнародного бізнесу на макро- і мікро- рівнях були впроваджені в навчальний процес Київського національного університету імені Тараса Шевченка при розробці робочих програм, науково-методичного забезпечення та викладання дисциплін «Міжнародний маркетинг», «Міжнародна економіка» (довідка № 013/421 від 04.07.2016 р.).

Особистий внесок здобувача. Дисертаційна робота є самостійно виконаним науковим дослідженням. Усі наукові результати, що викладені в дисертаційній роботі та винесені на захист, одержані автором особисто. З наукових праць, виданих у співавторстві, у дисертації використано лише ті ідеї та розробки, що є результатом особистої роботи здобувача. Внесок автора у колективні праці конкретизовано у списку опублікованих праць.

Апробація результатів дослідження. Основні положення та теоретичні висновки дисертаційної роботи доповідалися й обговорювалися автором на 9 наукових і міжнародних науково-практичних конференціях: III International Scientific Conference «Economic transformation processes in the postsocialist countries» (м. Київ, 2014); XVIII Международная научно-практическая конференция «Определение вектора развития экономических наук в XXI веке: вызовы и решения» (Росія, м. Санкт-Петербург, 2015); Круглий стіл «Центри сили» в світовій економіці (м. Київ, 2013); Міжнародна науково-практична Інтернет конференція «Проблеми управління експортно-імпортною діяльністю», (м. Львів, 2014); Міжнародна науково-практична конференція для студентів, аспірантів та молодих учених «Сучасна економіка та пошук ефективних механізмів господарювання» (м. Київ, 2014); Міжнародна науково-практична конференція «Конкурентоспроможність національної економіки» (м. Київ, 2015); Міжнародна науково-практична конференція студентів, аспірантів та молодих вчених «Шевченківська весна» (м. Київ, 2015); Науково-практична конференція студентів, аспірантів і молодих учених «Об'єднані наукою: перспективи міждисциплінарних досліджень» (м. Київ, 2015); VII Международная научная конференция «Евразийский экономический союз: стратегия и механизмы реализации» (Казахстан, г. Актобе, 2015); Міжнародна науково-практична конференція «Фінансово-економічне та обліково-аналітичне забезпечення підприємницької діяльності» (м. Черкаси, 2016).

Публікації. Основні наукові положення та результати дисертаційного дослідження викладено у 16 наукових працях, загальним обсягом 6,26 друк. арк., з них: 8 – у наукових фахових виданнях (2 – у наукових фахових виданнях, зареєстрованих в міжнародних науково-метричних базах даних), 1 – у міжнародному виданні, яке внесено до міжнародних каталогів наукових видань і науково-метричних баз та 8 тез доповідей, опублікованих у збірниках міжнародних науково-практичних конференцій в Україні та закордоном.

Структура й обсяг роботи. Структура дисертаційної роботи відповідає характеру та логіці розробки наукової проблеми. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури та додатків. Загальний обсяг роботи становить 196 сторінок основного тексту. У роботі подано 37 рисунків та 37 таблиць, список використаних джерел нараховує 142 позиції на 14 сторінках, 4 додатки розміщено на 22 сторінках.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЙНОЇ РОБОТИ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми, визначено об'єкт і предмет дослідження, сформульовано мету та завдання дисертації, наведено перелік використаних методів, наукову новизну одержаних результатів, їхню теоретичну та практичну значущість, розкрито особистий внесок автора, наведено інформацію про апробацію та публікації результатів дисертації.

У першому розділі «**Теоретичні засади дослідження діяльності суб'єктів економічної дипломатії в умовах глобалізації**» на основі вивчення та узагальнення наукових джерел визначено основні дефініції поняття економічна дипломатія в діяльності суб'єктів міжнародного бізнесу, досліджено еволюцію економічної дипломатії в системі міжнародних економічних відносин, проаналізовано комплексну систему управління портфелями стратегії маркетингових комунікацій, програм (проектів) підприємств при здійсненні економічної дипломатії та здійснено огляд основних світових моделей реалізації економічної дипломатії.

Запропоновано власне визначення терміну «економічна дипломатія», згідно з яким це системна діяльність, яку здійснюють суб'єкти економічної політики та міжнародного підприємництва з метою забезпечення конкурентоспроможності країни та бізнес структурна міждержавному (макро) і корпоративному (мікро) рівнях шляхом використання дипломатичних механізмів та інструментів для підтримки і просування економічних інтересів учасників міжнародних економічних відносин.

Нові форми міжнародних комунікацій у системі дипломатичних відносин сприяють підвищенню ефективності міжнародного співробітництва, міжнародній торгівлі й інтенсифікації міжнародних комерційних зв'язків. Налагоджена система реєстру міжнародних контрактів сприятиме уникненню сплати митних, фіскальних та державних стягнень. Метою маркетингових комунікацій у дипломатичних зв'язках міжнародного підприємництва є ефективно співробітництво та кооперація суб'єктів підприємницької діяльності на макро- і мікро- рівнях. Суб'єкти макрорівня повинні наслідувати інтереси мікрорівня для розробки й ухвалення довгострокових управлінських рішень, спрямованих на підтримку та формування,

коректування позитивного іміджу підприємств, збереження і підвищення їхньої вартості репутації на ринку. На рис. 1. представлено ієрархію різнорівневої суб'єктної взаємодії економічної дипломатії в міжнародному бізнесі, яка включає чотири рівні, а саме глобальний, національний, корпоративний та особистісний рівень.

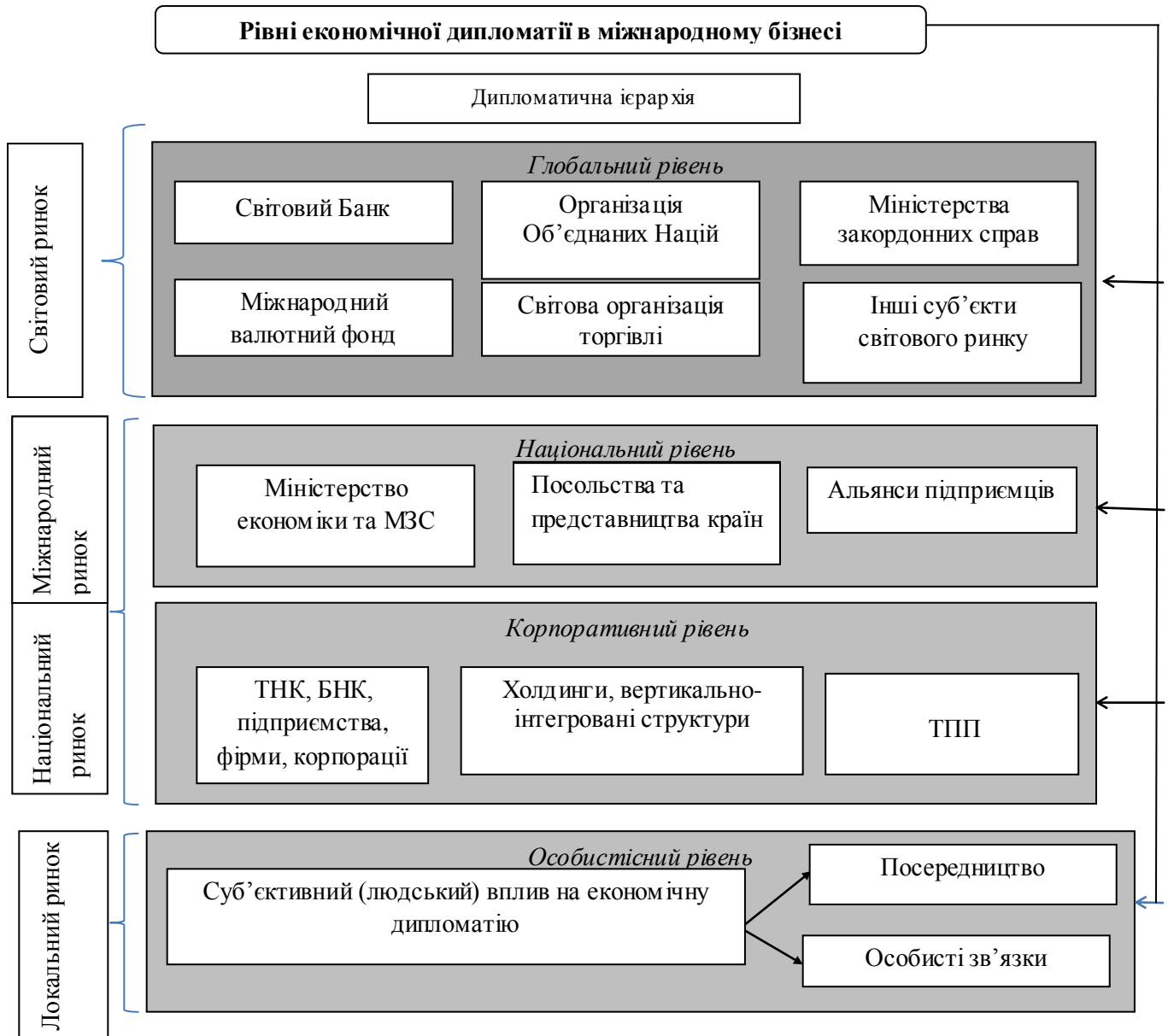


Рис. 1. Ієрархія різнорівневої взаємодії суб'єктів економічної дипломатії в міжнародному бізнесі

*розроблено автором

На першому (глобальному) рівні функціонують такі інституції, як Світовий банк, Міжнародний валютний фонд, Організація Об'єднаних Націй, Світова торгова організація, міністерства закордонних справ, інші суб'єкти міжнародного ринку, серед яких міжнародні організації з питань підприємництва, світові громадські організації та інші. Другий (національний) рівень представлений міністерствами економіки, посольствами та представництвами країн, а також

громадськими об'єднаннями. Третій (корпоративний) рівень – це представники підприємств, корпорацій, так звані, менеджери економічної дипломатії. Особистісний рівень представлений суб'єктивно-персоніфікованими виявами (чинниками і результатами) економічних контактів зацікавлених учасників міжнародного співробітництва.

У результаті проведеного дослідження пропонується механізм конвергенції адміністративної та демократичної моделей економічної дипломатії, де похідною ланкою виступає поступова лібералізація й інтернаціоналізація принципів ведення бізнесу, приведення національних норм і правил у відповідність до міжнародних вимог тощо. Світовий досвід використання національних та регіональних моделей ведення бізнесу та застосування норм економічної дипломатії, зокрема, американської, скандинавської, західноєвропейської, є важливим при обґрунтуванні якості та напрямів удосконалення інструментарію бізнес-комунікацій суб'єктів міжнародного підприємництва в умовах глобалізації світової економіки.

У другому розділі «**Особливості реалізації інструментів економічної дипломатії в міжнародному бізнесі**» розглянуто сучасні тенденції розвитку економічної дипломатії в умовах глобалізації, проведено дослідження застосування економічної дипломатії в практичній діяльності українських підприємств і проведено аналіз механізму застосування економічної дипломатії в міжнародному підприємстві.

Активізація багатосторонніх регулярних зв'язків між країнами є наслідком інтеграційних процесів у торгівлі та бізнесі, збільшення кількості торговельних угод, усунення бар'єрів у міжнародній торгівлі й інвестиціях, посилення регуляторних механізмів у просуванні та захисті національних і корпоративних економічних інтересів на світовому ринку. За оцінками експертів Нідерландського інституту міжнародних відносин, загальна чисельність економічних дипломатів у світі становить більше 20 тис. осіб (табл. 1).

Таблиця 1

Моніторинг економічної дипломатії

Країна	Частка країни у світовій торгівлі (%)	Кількість економічних дипломатичних представництв за кордоном	Чисельність персоналу
Німеччина	10,0	220	н/д
США	9,6	150	н/д
Японія	6,3	80	800
Китай	5,8	50	н/д
Франція	5,2	156	н/д
Велика Британія	4,1	200	1400
Канада	3,6	100	590
Південна Корея	2,6	141	н/д
Швеція	1,3	40	240
Швейцарія	1,3	140	н/д
Бразилія	1,0	57	190
Польща	0,7	77	н/д
Україна	0,37	28	н/д

[Режим доступу]:

Схема застосування економічної дипломатії в діяльності суб'єктів міжнародного бізнесу, до якої входить досвід міжнародної діяльності, форми економічної дипломатії, методи економічної дипломатії й інструменти економічної дипломатії (рис.2). У дану схему входять такі складові, як функціональні прояви економічної дипломатії, методи економічної дипломатії й інструменти економічної дипломатії.



Рис. 2. Схема застосування економічної дипломатії в діяльності суб'єктів міжнародного бізнесу

*розроблено автором

Для з'ясування внутрішньо-корпоративних чинників розвитку економічної дипломатії здійснено емпіричні дослідження у формі експертного опитування щодо міжнародної діяльності українських компаній. Досліджувані підприємства у структурі непрямого експорту віддають перевагу більше торгівлі через посередників, а у структурі прямого – через експортний відділ. Також проведене дослідження показало, що найбільше серед інструментів економічної дипломатії досліджувані підприємства застосовують лобіювання економічних інтересів.

Здійснений кореляційний аналіз впливу чинників на експорт та імпорт розвинених країн світу та досліджуваних підприємств, дав змогу виявити, які з факторів значимих коефіцієнтів кореляції впливають на економічну дипломатію розвинених країн світу.

Міжнародна економічна дипломатія макро- рівня створює можливості та поле діяльності для мікроекономічної і містить у собі: створення та модифікацію існуючих міжнародних правил у сфері торгово-економічних відносин, енергетичної безпеки; захисту навколишнього середовища; захисту від транскордонної злочинності, боротьби з міжнародним тероризмом і відмиванням доходів, участь у міжнародних переговорах у всіх областях і напрямках міжнародних економічних відносин, у тому числі у процесі вироблення й узгодження національної позиції з даних питань, її захисту на міжнародному рівні; участь у роботі субрегіональних, регіональних і міжнародних економічних, фінансових і торговельних організацій; міжнародних товарних організацій і угод; регіональних банків; Паризького і Лондонського клубу кредиторів; галузевих міжнародних організацій (Міжнародне енергетичне агентство, ОПЕК); міжнародних економічних форумів (Давос); участь у переговорному процесі з врегулювання зовнішньої заборгованості; підготовку аналітичних матеріалів з економічної політики іноземних держав, сприяння в реалізації національної економічної політики; участь у підготовці рекомендацій і матеріалів для національних делегацій на сесіях міжнародних організацій, міжнародних конференціях, переговорах і консультаціях з питань міжнародних економічних відносин.

У третьому розділі **«Напрями удосконалення інструментарію економічної дипломатії у зовнішньоекономічній діяльності українських підприємств»** розроблено матрицю оптимального вибору стратегії дипломатичної поведінки, запропоновано напрями удосконалення економічної дипломатії українськими підприємствами та розроблено концептуалізацію чинників ефективної економічної дипломатії для підприємств, що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність.

У сучасних умовах господарювання перед українськими підприємствами, особливо тими, що здійснюють економічну дипломатію, особливого значення набуває напрямок орієнтований на активізацію їхнього розвитку, що вимагає застосування стратегічного планування, прогнозування, програмно-цільового управління. Вибір пріоритетних напрямів програмно-цільового впливу, механізмів їх реалізації та контролю є одним з проблемних питань стабільного розвитку українських компаній.

Матриця оптимального вибору стратегії дипломатичної поведінки (табл.2) передбачає вибір стратегій ринкової ніші (стратегія орієнтації на зовнішні ринки, опортуністична стратегія та стратегія інноваційних змін), пасивних наступальних стратегій (стратегія «випереджувальних ударів», стратегія диференціації та стратегія очікувань) та активних наступальних стратегій (стратегія «кидання виклику», стратегія цінового лідерства та імітаційна стратегія). Заходами впровадження стратегій є: стратегічне управління інноваційними процесами за допомогою міжнародного досвіду (стратегія послідовника або лідера) та сучасних

концепцій стратегічного управління зовнішньоекономічною діяльністю, зокрема це Future Step, концепція ресурсної теорії, концепція

Таблиця 2

Матриця оптимального вибору стратегії дипломатичної поведінки

Рівень зовнішньоекономічного потенціалу підприємства	Високий	Стратегія ринкової ніші	Пасивна наступальна стратегія	Активна наступальна стратегія
	Середній	Стратегія орієнтації на зовнішні ринки	Стратегія «випереджувальних ударів»	Стратегія «кидання виклику»
	Задовільний	Опортуністична стратегія	Стратегія диференціації	Стратегія цінового лідерства
	Низький	Стратегія інноваційних змін	Стратегія очікувань	Імігаційна стратегія
		Низька	Середня	Висока
Інвестиційна привабливість бізнесу				

* розроблено автором

організації, що розвивається, концепція «блакитного океану»; створення зразків нової продукції; управління науково-технічним прогресом підприємства та здійснення технічного переоснащення у відповідності до вимог новітніх технологій; сучасні методи управління; системи контролю якості, сертифікації продукції; системи логістики (процесні інновації), впровадження ресурсозберігаючих (технологія No-Till); посилення міжнародних зв'язків підприємств, що передбачає апробацію та введення дипломатичної поведінки; забезпечення якісного супроводу зовнішньоекономічної діяльності шляхом участі персоналу в лекціях, семінарах і тренінгах, що захищає підприємство від помилок при здійсненні міжнародних відносин.

Розроблена концептуалізація чинників ефективної реалізації економічної дипломатії (рис.3) демонструє необхідність заручитися підтримкою держави, що сприяє зростанню фінансових показників як держави, так і підприємств. За державної підтримки зовнішньоекономічної діяльності бізнесу під впливом показників, таких як ВВП, ВВП на душу населення, ППІ та інших, підприємство зможе конкурувати на зовнішніх ринках. Як відомо, конкурентоспроможна економіка будується на основі конкурентоспроможного господарського комплексу. Ефективна економічна дипломатія, досягнута за допомогою спільних зусиль, сприятиме зростанню часток ринку підприємств, виходу підприємств на зовнішні ринки та утриманню позицій на існуючих, а також сприятиме зростанню експорту вітчизняної продукції, що, безумовно, позитивно впливатиме на економіку держави в цілому. Введення в зовнішньоекономічну діяльність вищезгаданих інновацій сприятиме виходу українських підприємств на більш перспективні зовнішні ринки та дозволить підтримувати конкурентоспроможність національної економіки. Крім того, для ефективного здійснення економічної дипломатії на підприємствах необхідною є посада менеджера відповідального за здійснення економічної дипломатії, який володів би всіма необхідними навичками та іноземними мовами.

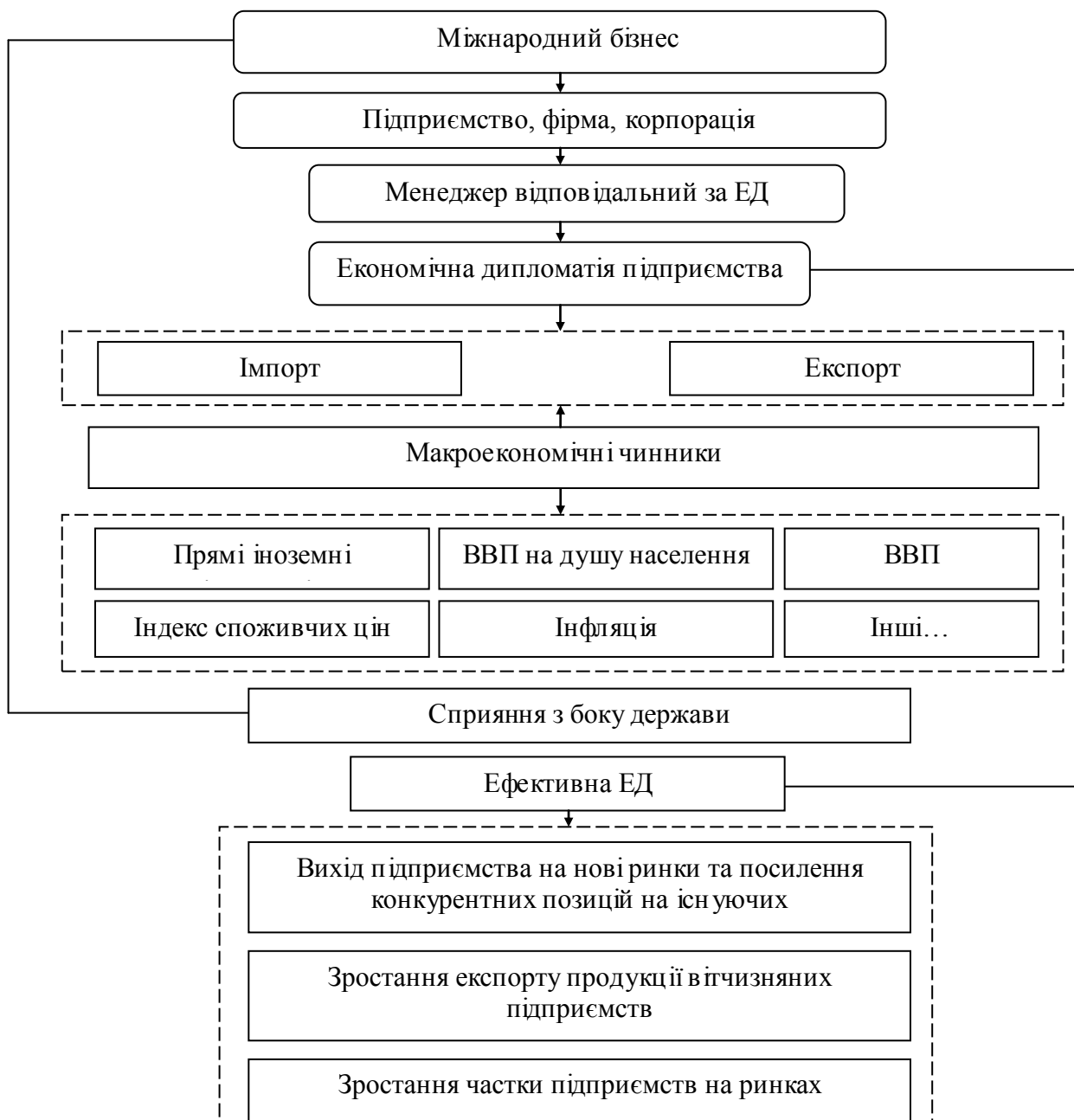


Рис. 3. Концептуалізація чинників ефективної економічної дипломатії

* розроблено автором

Отже, економічна дипломатія посідає вагомe місце, як на державному рівні, так і на рівні підприємств. Перспективами удосконалення економічної дипломатії українських компаній може стати залучення державної підтримки, впровадження єдиної системи підтримки дрібного та середнього бізнесу в операціях закордоном, відповідна сучасним умовам ведення міжнародного бізнесу структура управління зовнішньоекономічними операціями компанії, що складається з маркетингових, юридичних і фінансових служб. Економічна дипломатія дає змогу підприємству досягти економічних інтересів на зовнішніх ринках та отримати міжнародні домовленості, які відповідають його можливостям та стратегічним планам.

ВИСНОВКИ

У дисертації проведено теоретичне узагальнення засад здійснення економічної дипломатії в умовах глобалізації, досліджено умови реалізації інструментів економічної дипломатії та запропоновано шляхи удосконалення інструментарію економічної дипломатії в зовнішньоекономічній діяльності українських підприємств. Результати проведеного дослідження характеризуються науковою новизною, мають теоретико-методологічне й науково-практичне значення. На підставі отриманих результатів можна сформулювати наступні висновки, пропозиції і рекомендації, які забезпечують вирішення поставлених завдань відповідно до мети роботи.

1. Сутність економічної дипломатії в системі міжнародного бізнесу полягає у тому, що вона є сукупністю загальноприйнятих світовою спільнотою правил, які регулюють правила поведінки під час ведення економічних переговорів між країнами, організаціями чи підприємствами під час реалізації економічної політики, як на рівні підприємства, так і держави в цілому. Економічна дипломатія є уніфікованим інструментом, за допомогою якого суб'єкти міжнародного бізнесу можуть ефективно здійснювати зовнішньоекономічну діяльність. Економічна дипломатія є набором правил, яких додержуються суб'єкти зовнішніх економічних відносин для досягнення порозумінь з закордонними партнерами.

2. Узагальнено теоретичні підходи до управління процесами економічної дипломатії в діяльності суб'єктів міжнародного бізнесу, виділено критерії класифікації дипломатичних заходів, а саме за інституційною формалізацією, за інтенсивністю впливу, за якістю впливу, за масштабом застосування, за ареалом управління, за сферою імплементації, за комплексністю, за функціональним призначенням, які стали підґрунтям для визначення нових форми міжнародних комунікацій (регіональні комерційні комунікації, транснаціональні маркетингові комунікації, глобальні маркетингові комунікації) у системі дипломатичних відносин і сприяють підвищенню ефективності міжнародного співробітництва, розвитку міжнародної торгівлі й інтенсифікації міжнародних комерційних зв'язків.

3. Порядок застосування інструментарію економічної дипломатії передбачає регулювання багаторівневої структури форм міжнародної взаємодії у часовому та кількісному вимірі та обґрунтування цивілізованих методів відстоювання та захисту корпоративних, групових та національних інтересів, а також, забезпечення органічного входження і реалізацію взаємозв'язків в міжнародному бізнесі, формування формального і неформального інформаційного простору міжнародного партнерства, формалізацію оцінки комунікативних складових функціонування бізнесу, формування системи стратегічних завдань економічної дипломатії, створення реальних і уявних конкурентних переваг бізнесу в міжнародному середовищі, який передбачає перехід до нової демократичної моделі економічної дипломатії і може призвести до таких результатів, як активізація роботи торгово-економічного співробітництва з країнами світового економічного простору; створення механізму сприяння налагодженню прямих зв'язків представників національного бізнесу з зарубіжними партнерами та закріплення українських експортерів на зарубіжних ринках; активна участь українських експортерів у

міжнародних бізнес-форумах, виставках, ярмарках; співпраця з регіональними економічними організаціями й угрупованнями для просування та закріплення інтересів українського бізнесу.

4. Сучасні тенденції розвитку економічної дипломатії і ієрархія базуються на управлінських рішеннях різнорівневої структури світового ринку, а саме: на мегарівні, макрорівні, мезорівні та мікрорівні. Серед основних чинників розвитку інструментів міжнародної економічної дипломатії є політичні та правові фактори, економічне, соціально-культурне, технологічне та фізичне середовище. Складена ієрархія виявила залежності у механізмах реалізації форм економічної дипломатії на різних рівнях: глобального, міжнародного, національного та локального, ефективне використання яких сприятиме укріпленню цивілізованих засад міжнародного співробітництва.

5. Особливості економічної дипломатії в міжнародних економічних відносинах передбачають досвід міжнародної діяльності, форми економічної дипломатії, методи економічної дипломатії та інструменти економічної дипломатії. При наявності певного досвіду економічної дипломатії підприємство може ефективно її розвивати, застосовуючи її форми, методи та інструменти. До форм міжнародної діяльності відносимо прямий експорт, франчайзинг, ліцензійна угода, спільне підприємство, прямі іноземні інвестиції. До методів економічної дипломатії належать: офіційні й інші візити та переговори на рівні керівництва, конференції, наради, зустрічі, виставки, ярмарки, підготовка та проведення двосторонніх і багатосторонніх міжнародних договорів, участь у роботі міжнародних компаній, проєктів, PR-компанії та висловлення компанією власної експертної думки у засобах масової інформації. До інструментів економічної дипломатії відносимо лобіювання економічних інтересів, отримання державних субсидій, круглі столи за участю представників державної влади, професійних дипломатів та представників крупного бізнесу, супровід торговельних делегацій компаній представниками МЗС, підтримка різних підприємницьких ініціатив державними органами, економічні санкції.

6. Ефективність інструментарію економічної дипломатії у міжнародній діяльності українських підприємств, свідчить, що компанії переважно вважають, що економічна дипломатія є сукупністю інструментів захисту інтересів суб'єктів міжнародної економічної діяльності. Найбільше підприємства використовують товарний франчайзинг. Серед форм економічної дипломатії підприємства застосовують конференції, наради, зустрічі, виставки та ярмарки, PR-компанії, офіційні й інші візити та переговори на рівні керівництва. У своїй діяльності підприємства запроваджують такі функціональні прояви економічної дипломатії, як проведення переговорів та представництво компанії на міжнародних ринках (конференції, виставки, ярмарки).

7. Успішне застосування інструментарію економічної дипломатії в діяльність суб'єктів міжнародного бізнесу передбачають реалізацію таких заходів, як забезпечення макроекономічної стабільності та умов для розвитку бізнесу, залучення іноземних інвестицій; використання кредитування та страхування зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств (державні гарантії);

погодження заходів, що приймаються у сфері зовнішньоекономічної діяльності підприємств із зовнішньоекономічними цілями України; широке залучення ділових кіл до стимулювання зовнішньоекономічної діяльності й експорту українських підприємств; створення системи інформаційного застосування економічної дипломатії; організація оперативної роботи органів державної влади щодо просування української продукції на зовнішні ринки. Щодо рівня підприємств, то для них необхідними є: удосконалення роботи щодо проведення офіційних та інших візитів до закордонних компаній та переговорів на рівні керівництва; участі в конференціях, нарадах, зустрічах, виставках, ярмарках; підготовки і проведення двосторонніх і багатосторонніх міжнародних договорів; участі у роботі міжнародних компаній, проектів; проведення PR компаній.

8. Проведений кількісний аналіз інтенсифікації позитивних впливів економічної дипломатії в міжнародному підприємстві свідчить про те, що порівняно високі результати застосування економічної дипломатії мають 20% опитаних підприємства. Окрім кількісної оцінки проведено додатково якісну оцінку стану підприємства на ринку. Якісне дослідження стану досліджуваних підприємств, дало змогу виокремити найбільші підприємства на ринку, які застосовують економічну дипломатію. Отже, ці підприємства мають значний потенціал як на внутрішніх, так і на зовнішніх ринках.

9. Інтенсифікація комунікативної складової економічної дипломатії в Україні, передбачає раціональну імплементацію інструментарію економічної дипломатії в діяльність українських суб'єктів міжнародного підприємництва в умовах посилення політичних конфронтацій та актуалізації адміністративних обмежень в міжнародній торгівлі, що передбачає удосконалення дипломатичного захисту, розвиток методів здійснення дипломатичних комунікацій (проведення переговорів, двосторонніх, трьохсторонніх та багатосторонніх консультацій, здійснення візитів, проведення робочих зустрічей, участь у міжнародних конференціях, моніторинг зовнішніх ринків), використання дипломатичних прийомів впливу на бізнес-процеси (представницький, аналітичний, організаційний, презентаційний, комунікативний, стимулюючий, превентивний), що призведе до практичного впливу економічної дипломатії на діяльність суб'єктів міжнародного бізнесу.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті у наукових фахових виданнях:

1. Мамалига О.О. Еволюція економічної дипломатії в міжнародному підприємстві / О.О. Мамалига // Науковий вісник Херсонського державного університету Серія: Економічні науки. Херсон, 2014. – Вип.7, – Ч. 1. – С. 109-112 (0,5 д.а.).

2. Мамалига О.О. Нові форми маркетингових комунікацій у системі заходів економічної дипломатії / О.О. Мамалига // Формування ринкових відносин в Україні. Збірник наукових праць. – К., 2014. – С.54-60. (0,5 д.а.).

3. Мамалига О.О. Особливості розвитку економічної дипломатії на підприємствах / О.О. Мамалига // Вісник ОНУ імені ІІ Мечникова. 2015. – Т. 20. – Вип. 2/1. – С. 74-78 (0,57 д.а.).

4. Мамалига О.О. Трансформація економічної дипломатії в міжнародних економічних відносинах / О.О. Мамалига // Теоретичні та прикладні питання економіки. Збірник наукових праць. – Вип. 1 (30) (за заг. ред. проф. Єханурова Ю.І., Філюк Г.М.) К.: ВПЦ «Київський університет», 2015. – С.442-454 (0,9 д.а.).

5. Мамалига О.О. Перспективи удосконалення економічної дипломатії українськими компаніями / О.О. Мамалига // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. Харків: ХНАДУ, 2015. – №3 (10), – С.80-84 (0,2 д.а.). (міститься у міжнародних наукометричних базах даних *Index Copernicus, EMBASE, Google Scholar*)

6. Каніщенко О.Л. Global trends of economic diplomacy development under globalization/ О.Л. Каніщенко, О.О. Мамалига // Маркетинг і менеджмент інновацій Суми: ТОВ «Університетська книга», 2015. – С. 135-146 (1,2 д.а., особисто автору належить 0,3 д.а.: визначено сучасні тенденції розвитку економічної дипломатії) (міститься у міжнародних наукометричних базах даних *Index Copernicus, Research Bible, Directory of Research Journals Indexing, CiteFactor*).

Статті у виданнях зарубіжних країн:

7. Mamalyga O. Efficiency of tools of economic diplomacy in international entrepreneurial business / O. Mamalyga // European Journal of Humanities and Social Sciences Scientific journal: Vienna «East West» Association for Advanced Studies and Higher Education GmbH, 2016. – №1. – pp.51-58 (0,5 д.а.). (міститься у міжнародних наукометричних базах даних *Crossref, Base, EBSCO, Google scholar, Open AIRE, RePEc, Registry of Open Access Repositories, WorldCat*).

8. Мамалыга Е.А. Механизм развития экономической дипломатии / Е. А. Мамалыга // Вестник Актыбинского регионального государственного университета им. К. Жубанова. Актобе, Казахстан: Издательский центр АРГУ им. К. Жубанова, 2015. – № 4 (42). – С.109-118 (0,5 д.а.).

Тези наукових доповідей:

9. Мамалига О.О. Економічна дипломатія як інструмент ефективної міжнародної діяльності / О.О. Мамалига // Матеріали круглого столу "Центри сили" в світовій економіці С.43-45. (0,17 д.а.).

10. Мамалига О.О. Розвиток економічної дипломатії в умовах глобалізації / О.О. Мамалига // Сучасна економіка та пошук ефективних механізмів господарювання: збірник тез наукових робіт учасників Міжнародної науково-практичної конференції для студентів, аспірантів та молодих учених (м.Київ, 17-18 жовтня 2014 р.). У 2-х частинах. К.: Аналітичний центр «Нова Економіка», 2014. – С. 46-49 (0,16 д.а.).

11. Мамалига О.О. Трансформація економічної дипломатії в міжнародних економічних відносинах / О.О. Мамалига // Конкурентоспроможність національної економіки: Матеріали XV Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ. 26-27 березня 2015р.). К.: 2015. – С.320-325(0,2 д.а.).

12. Мамалига О.О. Економічна дипломатія в умовах глобалізації / О. О. Мамалига // Шевченківська весна: Економіка, матеріали Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених / За заг ред. проф. В.Д. Базилевича. – К., [б.в.], 2015. – С.129. (0,1 д.а).

13. Мамалига О.О. Зростання ролі економічної дипломатії у зовнішній політиці держави / О.О. Мамалига // Матеріали науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих учених «Об'єднані наукою: перспективи міждисциплінарних досліджень» Київ: ВПЦ «Київський університет», 2015. – С.81-83 (0,2 д.а.).

14. Мамалига О.О. Ефективність інструментарію економічної дипломатії в міжнародній підприємницькій діяльності / О.О. Мамалига // Фінансово-економічне та обліково-аналітичне забезпечення підприємницької діяльності: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. (Київ, 20-21 квітня 2016 р.) К.,2016. – С.371-374 (0,2 д.а.).

15. Мамалига Е.А. Комуникации в системе международных экономических связей/ Е.А. Мамалига // «Определение вектора развития экономических наук в XXI веке: вызовы и решения», XVIII Международная научно-практическая конференция дл

С. 27-31. (0,2 д.а.).

16. Mamalyga O. Features of economic diplomacy under economic systems transforming / O. Mamalyga. // III Snternational Scientific Conference « Economic transformation processes in the postsocialist countries». (Kyiv, November 28, 2014). Taras Shevchenko National University of Kyiv, Institute of International Relations Department of World economy and International Economic relations, – pp.30-32 (0,16 д.а.).

АНОТАЦІЯ

Мамалига О. О. Вплив економічної дипломатії на діяльність суб'єктів міжнародного бізнесу. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.02 – світове господарство і міжнародні економічні відносини. – Інститут міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Міністерство освіти і науки України, Київ, 2016.

У дисертаційній роботі на основі вивчення та узагальнення наукових джерел визначено основні дефініції поняття економічна дипломатія в діяльності суб'єктів міжнародного бізнесу, досліджено еволюцію економічної дипломатії в системі міжнародних економічних відносин, проаналізовано комплексну систему управління портфелями стратегії маркетингових комунікацій, програм (проектів) підприємств при здійсненні економічної дипломатії та здійснено огляд основних світових моделей реалізації економічної дипломатії. Розглянуто сучасні тенденції розвитку економічної дипломатії в умовах глобалізації, проведено дослідження застосування економічної дипломатії у практичній діяльності українських підприємств та здійснено аналіз механізму застосування економічної дипломатії в міжнародному підприємництві. Також розроблено модель оптимального вибору

стратегії інноваційного управління зовнішньоекономічної діяльності українських підприємств, запропоновано напрями удосконалення економічної дипломатії українськими підприємствами та представлено модель ефективної економічної дипломатії для вітчизняних підприємств, що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність.

Ключові слова: економічна дипломатія, міжнародне підприємництво, міжнародні економічні відносини, економічна глобалізація.

АННОТАЦИЯ

Мамалыга А. А. Воздействие экономической дипломатия на деятельность субъектов международного бизнеса. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.02 – мировое хозяйство и международные экономические отношения. – Институт международных отношений Киевского национального университета имени Тараса Шевченко, Министерство образования и науки Украины, Киев, 2016.

В диссертационной работе на основе изучения и обобщения научных источников определены основные дефиниции понятия экономическая дипломатия в деятельности субъектов международного бизнеса, исследована эволюция экономической дипломатии в системе международных экономических отношений, проанализирована комплексная система управления портфелями стратегии маркетинговых коммуникаций, программ (проектов) предприятий при осуществлении экономической дипломатии и сделан обзор основных мировых моделей реализации экономической дипломатии. Рассмотрены современные тенденции развития экономической дипломатии в условиях глобализации, проведено исследование применения экономической дипломатии в практической деятельности украинских предприятий и осуществлен анализ механизма применения экономической дипломатии в международном предпринимательстве. Также разработана модель оптимального выбора стратегии инновационного управления внешнеэкономической деятельности украинских предприятий, предложены направления совершенствования экономической дипломатии украинскими предприятиями и представлена модель эффективной экономической дипломатии для отечественных предприятий, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность.

Ключевые слова: экономическая дипломатия, международное предпринимательство, международные экономические отношения, экономическая глобализация.

SUMMARY

Mamalyga O.O. Economic Diplomacy Influence to the Activities of International Business Players. – Manuscript.

The Dissertation submitted in fulfillment of the requirements for the PhD degree in economic sciences, specialty 08.00.02 – World Economy and International Economic

Relations. Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ministry of Education and Science of Ukraine. – Kyiv, 2016.

The thesis specifies the main definitions of the concept of economic diplomacy in the activities of international business agents on the methodological and theoretical background, explores the evolution of economic diplomacy in the system of international economic relations, analyzes the complex system of portfolio management strategy of marketing communications, programs (projects) of enterprises in the implementation of economic diplomacy, and examines the main global implementation models of economic diplomacy. The modern trends of economic diplomacy in the context of globalization have been reviewed, the application of economic diplomacy in the practice of Ukrainian enterprises has been studied, and the mechanism of economic diplomacy in international entrepreneurship has been analyzed. The model of optimal choice of strategy of innovative management of foreign economic activities of Ukrainian enterprises has been developed, the directions for economic diplomacy improvement by Ukrainian enterprises have been proposed, an effective model of economic diplomacy for domestic enterprises, engaged in foreign trade, has been elaborated.

The modern trends of economic diplomacy are characterized by the following: intensification of regular multilateral relations between the countries because of integration processes in trade and business; economic reforms, focused on creation of the market economy, thus reducing the zone of non-market economy; intensification of the struggle among the certain links of global economic system; increased number of industrialized countries, resulting in a growing share of foreign trade and investment in the country's trade balance; expanding regional trade agreements in order to eliminate barriers to international trade and investment; enhanced participation of the state in promotion and protection of national interests on the world market. The research of application of economic diplomacy in the international activities of the Ukrainian companies showed that most companies use the trademark franchise. Companies mainly believe that economic diplomacy is a set of tools to protect the interests of international economic activity. Among the forms of economic diplomacy, most companies use conferences, meetings, exhibitions and fairs, PR-companies, official and other visits and talks at management level. The domestic enterprises employ such functional manifestations of economic diplomacy as the negotiations and a representative office in international markets (conferences, exhibitions and fairs).

The influence of economic diplomacy on the activities of international business agents involves the implementation of measures such as ensuring macroeconomic stability and conditions for business development and attracting foreign investment; providing credit insurance and foreign trade activities of domestic enterprises (government guarantees); coordination of measures taken in the field of foreign economic activity of enterprises with foreign trade goals of Ukraine; broad involvement of the business community to stimulate foreign trade and exports of Ukrainian enterprises; creation of information system of economic diplomacy; operational organization of public authorities to promote Ukrainian products on foreign markets.

Keywords: economic diplomacy, international business, international economic relations, economic globalization.

